

**PENGARUH ATMOSFIR TOKO DAN KETERLIBATAN PRODUK  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMEDIASI  
PERILAKU BELANJA HEDONIS PADA ZARA  
TUNJUNGAN PLASA SURABAYA**



**OLEH :  
YULIUS HOLDENY  
3103012238**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH ATMOSFIR TOKO DAN KETERLIBATAN PRODUK  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMEDIASI  
PERILAKU BELANJA HEDONIS PADA ZARA  
TUNJUNGAN PLASA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**YULIUS HOLDENY DWIPRAYOGI**

3103012238

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2015**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ATMOSFIR TOKO DAN KETERLIBATAN PRODUK  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF YANG DIMEDIASI  
PERILAKU BELANJA HEDONIS PADA ZARA  
TUNJUNGAN PLASA SURABAYA**


**OLEH :**

**YULIUS HOLDENY DWIPRAYOGI**

**3103012238**

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, MM

Tanggal: 15/7/16

Pembimbing II,



Robertus Sigit Haribowo  
Lukito.SE, M.Sc

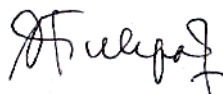
Tanggal: .....

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yulius Holdeny Dwipayogi / 3103012238

Telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji :



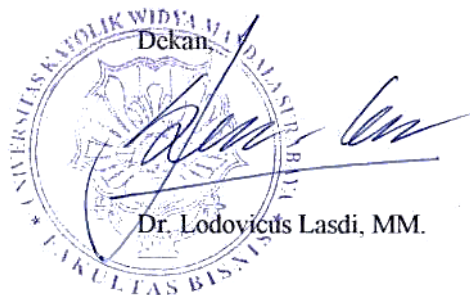
Dr. Diyah Tulipa, MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si



Dekan,  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM.

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yulius Holdeny Dwipayogi

NRP : 3103012238

Judul Skripsi : Pengaruh Atmosfir Toko dan Keterlibatan Produk terhadap Pembelian Impulsif yang dimediasi Perilaku Belanja Hedonis pada Zara Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya juga menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lainnya (digital library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang Menyatakan,



Yulius Holdeny D

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Atmosfir Toko dan Keterlibatan Produk terhadap Pembelian Impulsif yang dimediasi Perilaku Belanja Hedonis pada Zara Tunjungan Plasa Surabaya ”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM. Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Diah Tulipa, MM sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Robertus Sigit Hariwibowo Lukito, SE, M.Sc sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Florencia, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik (Blogajo, Lead, Manukan, Bidu, Agojas, CORM, Al Laris), serta teman - teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
8. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioer.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya,

Yulius Holdeny D

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Pembelian Impulsif.....	9
2.3 Atmosfir Toko .....	10
2.4 Keterlibatan Produk .....	11
2.5 Perilaku Belanja Hedonis .....	13
2.6 Pengaruh Atmosfir Toko terhadap Perilaku Belanja Hedonis .....	14
2.7 Pengaruh Keterlibatan Produk terhadap Perilaku Belanja Hedonis .....	14
2.8 Pengaruh Perilaku Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	15



2.9 Kerangka Teoritis .....	16
2.10 Hipotesis Penelitian .....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Desain Penelitian .....	18
3.2 Identifikasi Variabel .....	18
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	19
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian .....	21
3.4.1 Populasi .....	21
3.4.2 Sampel .....	21
3.4.3 Karakteristik sampel .....	22
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.6 Metode pengumpulan Data .....	22
3.7 Teknik analisis data .....	23
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
4.1 Karakteristik Responden Penelitian .....	26
4.1.1 Jenis Kelamin .....	26
4.1.2 Usia .....	27
4.1.3 Pekerjaan .....	27
4.1.4 Pendapatan .....	28
4.2 Statistika Deskriptif Variabel Penelitian .....	29
4.2.1 Variabel Perilaku Pembelian Impulsif .....	30
4.2.2 Variabel Atmosfir Toko .....	31
4.2.3 Variabel Keterlibatan Produk .....	32
4.2.4 Variabel Perilaku Belanja Hedonis .....	33
4.3 Uji Asumsi SEM .....	34
4.3.1 Uji Normalitas .....	34
4.3.2 Uji Validitas .....	36
4.3.3 Uji Reabilitas .....	37
4.4 Evaluasi Kecocokan Model .....	39
4.5 Uji Kecocokan Model .....	41
4.6 Pengujian Hipotesis .....	42
4.7 Pembahasan .....	43
4.7.1 Atmosfir Toko Terhadap Perilaku Belanja Hedonis .....	44
4.7.2 Keterlibatan Produk Terhadap Perilaku Belanja Hedonis .....	44
4.7.3 Perilaku Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif .....	45
4.7.4 Perilaku Belanja Hedonis Memediasi Atmosfir Toko Terhadap Pembelian impulsif .....	45
4.7.5 Perilaku Belanja Hedonis Memediasi Keterlibatan Produk Terhadap Pembelian impulsif .....	46

BAB 5 KESIMPULAN dan SARAN .....	47
5.1 Simpulan .....	47
5.2 Saran.....	48

## DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang .....	8
3.1	Uji Kecocokan Model Data.....	25
4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	26
4.2	Karakteristik usia Responden.....	27
4.3	Karakteristik Pekerjaan Responden .....	28
4.4	Karakteristik Penhasilan Responden.....	29
4.5	Interval Penilaian.....	30
4.6	Deskripsi Indikator Variabel Pembelian Impulsif.....	30
4.7	Deskripsi Indikator Variabel Atmosfir Toko.....	31
4.8	Deskripsi Indikator Variabel Keterlibatan Produk.....	32
4.9	Deskripsi Indikator Variabel Perilaku Belanja Hedonis.....	33
4.10	Hasil Uji Univariate Normality .....	34
4.11	Hasil Uji Multivariate Normality.....	35
4.12	Hasil Uji Validitas .....	36
4.13	Hasil Uji Reabilitas.....	38
4.14	Pengujian Kecocokan Seluruh Model .....	41
4.15	Pengujian Hipotesis Riset Variabel Direct .....	42

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1	Kerangka Teoritis .....	16
-----	-------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Penelitian
Lampiran 3.	Identitas Responden
Lampiran 4.	Statistik Deskriptif
Lampiran 5.	Output Lisrel

## **ABSTRAK**

Seiring berkembangnya era globalisasi, Gaya hidup masyarakat terutama di kota besar cenderung berubah, terutama fashion perkembangan fashion yang baru cenderung diikuti masyarakat. Dengan sedikit stimuli maka akan terjadi pembelian secara impulsif, ditunjang dengan perilaku belanja hedonis. Kini Surabaya sebagai kota terbesar ke dua di Indonesia telah menjadi sasaran para pengembang properti, ditunjukan dengan hadirnya pusat perbelanjaan baru yang berisi outlet merk asing terkenal. Zara merupakan salah satu dari merk kelas atas yang populer di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Atmosfir toko dan keterlibatan produk terhadap pembelian impulsif yang dimediasi oleh perilaku belanja hedonis. Populasi penelitian ini adalah semua orang yang pernah berbelanja produk Zara. Sampel yang digunakan berjumlah 136 orang yang pernah belanja di Zara Tunjungan Plasa Surabaya. Penelitian ini menggunakan SEM dengan program LISREL 8.70. Hasil yang diperoleh Atmosfir toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja hedonis, keterlibatan produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku belanja hedonis, perilaku belanja hedonis berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif, Atmosfir Toko berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif melalui Perilaku Belanja Hedonis, Keterlibatan Produk Tidak signifikan terhadap Pembelian Impulsif melalui Perilaku Belanja Hedonis.

**Kata Kunci: Atmosfir Toko, Keterlibatan produk, Perilakubelanja hedonis, Impulsif.**

## **ABSTRACT**

*As the development of globalization, lifestyle people, especially in big cities tend to change, especially fashion, new fashion trends tend to be followed by people. With a little stimuli there will be an impulse purchase, supported by hedonic shopping behavior. Now Surabaya as the second largest city in Indonesia has been targeted by property developers, indicated by the presence of new shopping centers that contain famous brand outlets. Zara is one of the upscale brands that are popular in Indonesia. This research is aimed to determine the causal relationship between the Store Atmosphere and product involvement against impulse purchases mediated by hedonic shopping behavior. The study population was all the people who ever shopped Zara products. The sample was 136 people who have ever shopping in Zara Tunjungan Plaza Surabaya. This study uses a SEM with LISREL 8.70 program . Results obtained Atmospheric store positive and significant impact on hedonic shopping behavior , the involvement of the product has no effect and no significant effect on hedonic shopping behavior , hedonic shopping behavior positive effect on impulsive buying , Store Atmosphere significant effect on the Impulsive Buying through Hedonic Shopping Behavior , Product Involvement not significantly on Impulsive Purchases through the Shopping Behavior Hedonis.*

**Keywords:** *Atmospheric shop, product involvement, hedonic Perilakubelanja, Impulsive.*